

RECONVERSIÓN INTEGRAL DEL MODELO TURÍSTICO DE LA PLATJA DE PALMA

Mateu PICORNELL CLADERA
Catalina Irene RAMIS CIRER
Joana Maria ARROM MUNAR

Departament de Ciències de la Terra. Universitat de les Illes Balears (UIB)
Institut d'Estudis Ecològics (INESE)
mateupicornell@ono.com
inese_gitto@yahoo.es
joana_arrom@yahoo.es

1. INTRODUCCIÓN

Desde tiempo atrás los comentarios y discursos sobre la Platja de Palma son noticia prácticamente diaria en los distintos medios de comunicación.

En el año 2005 se constituyó el Consorcio Urbanístico para la mejora y el embellecimiento de la Platja de Palma, con el objetivo de promover la rehabilitación de la planta hotelera, de los servicios complementarios del turismo y del entorno urbano del destino. El Consorcio se creó en 2005 mediante la firma de un convenio de colaboración entre las siguientes organizaciones: Ministerio de Industria, Turismo y Comercio mediante la Secretaria de Estado de Turismo y Comercio; la Comunidad Autónoma de las Illes Balears; el Consell Insular de Mallorca y finalmente los Ayuntamientos de Palma y de Lluçmajor.

Desde el inicio del Consorcio hasta hoy se han producido cambios en los responsables institucionales que forman el Consorcio y la participación del Ministerio de Industria, que decidió impulsar el proyecto desde el Consejo de Ministros del Gobierno de España, creando la figura de la Comisionada para el Consorcio de la Platja de Palma.

Desde el principio, el Consorcio ha orientado sus trabajos hacia la configuración de una visión diferente a la existente, ya que se planteó la definición de un nuevo modelo turístico para la Platja de Palma, que sea referente mundial y que incluya, en sus retos de cambio, la sostenibilidad, el cambio climático, el cambio global, la cohesión social y residencial, en definitiva un nuevo modelo para un nuevo destino acorde con el siglo XXI y con las personas que nos visitarán en las próximas décadas.

El INESE (Institut d'Estudis Ecològics) ha seguido y analizado cada una de las actuaciones que desde el Consorcio se han llevado a cabo. El objetivo de la presente comunicación es analizar y reflexionar sobre la documentación existente elaborada por el Consorcio de la Platja de Palma hasta el momento sobre el Plan de Reconversión Integral que se pretende llevar a cabo en esta zona turística.

2. DESCRIPCIÓN DEL PLAN DE REVALORIZACIÓN INTEGRAL PARA LA PLATJA DE PALMA

Con la finalidad de conseguir una nueva destinación turística, renovada y adaptada al siglo XXI, desde el año 2005 hasta el 2010 un equipo pluridisciplinar de profesionales formado por West 8, Consullana, ARUP, THR, IMEDEA, Fundación CIREM, INDRA y AVIA han trabajado en torno a las 7 estrategias que van a permitir conseguir la Platja de Palma del 2020. Las estrategias son:

- **Estrategia 1. Revalorización integral urbanística.** Dentro de esta estrategia se prevén toda una serie de acciones en:
 - 1ª línea de playa: Construcción de un paseo marítimo, un paseo urbano mediterráneo y un bulvar en la segunda línea que conecte con la playa.
 - Can Pastilla: Debe transformarse en un centro urbano mediterráneo tradicional.
 - Ses Fontanelles: Recuperación del ecosistema original y creación de un parque de paseo con un centro mediterráneo de exploración de Mallorca y el mundo del mar.
 - Sometimes: Se transforma en el Bulvar comercial y de hoteles de la Platja de Palma.
 - Les Meravelles: Es la zona de noche, con un gran paseo marítimo central repleto de bares, beergardens, restaurantes, discotecas...
 - Zona de La Porciúncula y canteras: Creación de un hotel con centro anti-envejecimiento. En las canteras se ubicarán edificios (centros wellness de cura del cuerpo y el espíritu) y jardines de acceso público. Creación de un Palacio de la Danza, un centro de bienestar y un complejo deportivo de alto

rendimiento. Una de las canteras podría transformarse en una piscina. Un Bio hotel con jardín central de árboles frutales. Las conexiones que se realizarían para conectar toda la zona y ésta con el mar se llevaría a cabo mediante senderos de paseo en las zonas boscosas.

- **Torrent dels Jueus:** Recuperar el torrente transformándolo en una zona cultural y comercial. La zona dispondría de un Museo de Arte, la terraza del cual sería una plaza y mirador desde donde se apreciaría la escultura marina de la Posidonia en el mar. Se crearía también un parque con esculturas. Se construirían 10 puentes para acceder de una parte a otra del torrente. En ambos taludes del torrente se construirían tiendas, galerías, bares, cafeterías, restaurantes, etc.
- **Arenales:** Remodelación y rehabilitación integral. Esponjamiento de la trama urbana. Creación de plazas y patios arbolados. Reducción de la presencia de vehículos. Modernización de las edificaciones existentes para cumplir con los criterios de sostenibilidad.
- **Son Verí-Cap Enderrocat:** Creación del Mirador del Mediterráneo con un hotel de 6 ó 7 estrellas (fuerte de Cap Enderrocat). Son Verí, Son Verí Nou, Cala Blava, Urbanización Bellavista, y Cap Enderrocat forman la prolongación más natural de la Platja de Palma y mejor conservada desde la óptica paisajística original de la zona, donde se prevé la creación de distintas rutas de conexión, pasarelas integradas con el paisaje, sendas peatonales y carriles bici en las zonas naturales de los torrentes.
- **Movilidad sostenible:** Según el informe técnico de las bases para la Revalorización Integral de la Platja de Palma (Consorcio de la Platja de Palma) se prevé la implantación del tranvía que deberá permitir una rápida conexión entre la Platja de Palma, la ciudad de Palma y el aeropuerto de Son Sant Joan. El proyecto del tranvía no sólo pretende convertirse en una futura infraestructura de transporte sino, además, convertirse en un instrumento de revitalización urbana de la zona, un elemento al servicio del residente y del turista. Descongestionar la circulación y el aparcamiento de vehículos que actualmente predomina, siempre de forma conjunta a través de otros sistemas de movilidad sostenible como los carriles bici y los itinerarios peatonales.
- **Autovía y accesos rodados:** Mejora de los accesos a la Platja de Palma porque devalúan la imagen de la misma como destino turístico. Es la primera y última imagen que el turista se lleva de la Platja de Palma. Se propone la creación de un corredor ecológico entorno a la autovía de Levante y grandes avenidas arboladas.

- Calles: Mejora integral de las calles de la Platja de Palma mediante la ampliación de las aceras y el aumento de la superficie arbolada. Se pretende conseguir la accesibilidad universal. Soterramiento de infraestructuras aéreas que se encuentran en superficie. Renovación general del mobiliario urbano.
- **Estrategia 2. Posicionamiento turístico.** Se basa en el estudio del nuevo modelo de destino y los mecanismos capaces de conseguir que las 40.000 plazas turísticas de la nueva Platja de Palma tengan una ocupación anual en torno al 75% (un millón de turistas/año) y se beneficien de un gasto diario total per cápita de 110 euros. Las preguntas que se hacen son: ¿cómo satisfacer a los turistas del año 2020?; ¿cómo debe ser Platja de Palma en el 2020?; ¿quiénes deben ser los clientes de Platja de Palma?; ¿cómo debería posicionarse Platja de Palma y sus productos?; ¿cuál debería ser la estrategia de la marca?; ¿cómo debe ser el programa y la mecánica operativa diaria de Platja de Palma? El resultado del estudio se resume en los siguientes puntos:
 - Atraer inversiones a la Platja de Palma mediante 5 pasos: un nuevo modelo de negocio sólido, generar adhesiones clave y apoyo social al proyecto, crear el marco legal adecuado, tomar la iniciativa de inversión y gestión y desplegar un esfuerzo riguroso en capacitación de inversiones.
 - La visión que debe ofrecer la nueva Platja de Palma para prosperar requiere de un cambio de posicionamiento. Por una parte revalorizar el carácter mediterráneo y subir el *standing* de la oferta.
 - Los 6 mercados a los que Platja de Palma se dirigirá son: las vacaciones (personas que buscan el descanso y la recuperación del equilibrio); los viajes de exploración, descubrimiento y aprendizaje; la salud y el bienestar holístico; los deportes (practicantes de deportes y espectadores); los viajes de interés especial (práctica de hobbies o realización de alguna actividad a fondo) y las reuniones (con capacidad para 500 participantes). La tipología de turista que busca la Platja de Palma es innovador (pensador y experienciador) de clase media-alta y alta que viven en las ciudades europeas con conexiones aéreas directas con Palma.
 - Para atraer a todas las tipologías de turismo la Platja de Palma debe diseñar su oferta a partir de: la aplicación de una política innovadora de tratamiento del medio ambiente; aumento de la autoestima del cliente; mezclar lo tradicional con lo moderno; durabilidad en el diseño para que sea sólido (arquitectura y mobiliario urbano); sofisticación (destino de 4 estrellas o superior); destino puntero en nuevas ideas y tecnología; interrelación y aceptación (lugar para el encuentro y los encuentros); ocio experiencial (lugar de múltiples actividades, siempre experienciales, estado emocional positivo del cliente); confort (bienestar y comodidad) y la seguridad (en todos los sentidos: mental, física y comercial).

- Para satisfacer al cliente Platja de Palma llevará a cabo un sistema de experiencias: paseos, playas (se proponen 3 playas temáticas: Wellness, Familias y Lifestyle) y puertos (marinas existentes donde convivan el shopping y la restauración). Los centros de pueblo, con composición compleja (residencial, restauración, comercio, servicios y entretenimiento), cuyo modelo a seguir es el tradicional y mallorquín, desarrollándose la experiencia en Can Pastilla. El centro Mare Nostrum (para gozar y adquirir una visión integral y entretenida del Mediterráneo a través del Mundo del Mar, el centro oceanográfico y el centro de exploración de Mallorca). El Bio Hotel (de gran tamaño y máximo confort de diseño inteligente y respetuoso con el medio ambiente). El centro Wellness mediterráneo (similar a Caldea, pretende convertirse en destino Wellness por excelencia de Europa. Incluye una parte dedicada al Mundo Señor con el Centro de Envejecimiento Exitoso y la Universidad de la Edad de Oro). El centro deportivo (para luchar contra la estacionalidad turística). El Palacio de Danza, Música y Espectáculos (concentración de los mayores shows de entretenimiento y eventos de toda la isla. Incluiría salas y academias de baile, orquestas populares, competiciones de baile, etc). El fuerte de Cap Enderrocat (se prevé la creación de la Sede Cultural de la Platja de Palma con un hotel de calidad superior "7 estrellas" que incluirían salas y jardines para bodas, miradores, restaurantes mediterráneos de lujo, etc.) Otras experiencias son: el Centro de Arte de la Platja de Palma (mini-museos de cuarta generación con predominio del arte mediterráneo y mallorquín). El invierno en el calor de la Platja de Palma "simular lo propio del verano en invierno": piscinas y playas climatizadas ecológicamente, animaciones y ambiente veraniego, zonas de vegetación perenne, excursiones, etc. Reuniones Platja de Palma se propone el diseño de esta oferta ordenada, de forma dispersa en hoteles y centros temáticos, y será mediterránea, cálida y luminosa. Bicing en la Platja de Palma prevé la creación de múltiples carriles bici para gozar de los distintos paisajes de la Platja de Palma y contribuir a "0 emisiones". Los mercados al aire libre (30 quioscos que ofrezcan a los turistas productos locales). Agricultura orgánica en el Mediterráneo, otra experiencia para el turista orgánico, "natural", sin aditivos, donde el turista participa de las tareas agrícolas y se adquieren productos directamente del terreno y alimentación mediterránea. El taxi marítimo, nuevo medio de transporte en la Platja de Palma. El Platja de Palma Junior Club incluye diferentes atractivos para los más pequeños como el Mundo Lego. Y finalmente, la base aeronáutica donde el turista podrá experimentar ser piloto, ver los aviones, el bar, las pistas, simuladores y una escuela de pilotaje.
- **Mejora de las condiciones de vida de los residentes y trabajadores de la zona.** El Plan de Revalorización Integral de la Platja de Palma va más allá de la revisión del modelo productivo basado en el turismo. La Platja de Palma es un destino que concentra más variables complementarias. Por ello, el plan

de reinvencción del modelo debe considerar los demás actores: intervención social, reequilibrio territorial mediante dotaciones y equipamientos, la vivienda, la seguridad y la participación y mediación entre actores. El informe resultante del estudio preliminar de esta estrategia incide en las principales características sociales y demográficas de la población de la zona y en el discurso de los agentes contactados (asociaciones de vecinos, ONGs, sindicatos, Ayuntamientos de Palma y Lluçmajor, Policía Local, sector educativo, hoteleros, comerciantes, restaurantes, oferta complementaria y empresarios innovadores) en relación a sus argumentos en relación al modelo desarrollado en la Platja de Palma en los últimos años, en el momento actual y las expectativas futuras que genera el Plan de Revalorización. Los temas tratados más destacados son: dimensión social, vivienda, entorno físico, modelo productivo y seguridad. La dimensión territorial es importante porque la Platja de Palma se divide en 4 grandes zonas: Can Pastilla, Sometimes, Les Meravelles y S'Arenal. Cada una de ellas presenta particularidades en cuanto a la trama urbana que define su actividad residencial, comercial y hotelera. La intervención global de esta estrategia en la Platja de Palma se basa en la proposición de distintas acciones entorno a tres ejes de mejora del ámbito social, que son: mejorar la calidad del empleo (mejorar la calificación y especialización de la oferta de trabajo, conciliar el trabajo con la vida personal, mejorar la transparencia del mercado de trabajo y mejorar las condiciones de trabajo), fortalecer la cohesión social (vivienda, movilidad, educación, cultura, ocio, inclusión social, seguridad y civismo) y renovar el tejido productivo y el comercial (modernizar el tejido comercial; fortalecer las PIMES y promocionar una nueva cultura emprendedora de mayor consistencia, innovación y sostenibilidad).

- **Carga ecológica global y local.** Esta estrategia ha estudiado y analizado la gestión de los recursos naturales y el medio ambiente para la Platja de Palma con la finalidad de obtener para el año 2020 una Platja de Palma sostenible en energía, agua, residuos, contaminación acústica y movilidad. Las líneas de actuación principales son:
 - **Energía:** uso más eficiente de la energía, consumo sostenible, uso de energías renovables y reducción de las emisiones de CO₂ (en todos los sectores y actores que conviven en Platja de Palma). Se conseguirá a través de los siguientes mecanismos: huertas solares, paneles fotovoltaicos integrados en el mobiliario urbano, mini-aerogeneradores y otras producciones eléctricas renovables o alternativas limpias.
 - **Agua:** garantizar la calidad del agua es uno de los objetivos que pretende esta estrategia ya que repercute en los ecosistemas que dependen de ella, en la calidad de vida de los que la rodean y en la disponibilidad del agua potable. La gestión actual supone un coste energético excesivo y debe ser

reducido a través de un uso más eficiente y efectivo. Se propone un nuevo sistema sostenible del ciclo del agua que se resume en: cero vertidos de agua sin depurar en la bahía, reducción de la cantidad de agua demandada y reducción de la energía consumida. Esto se consigue mediante: infraestructuras de canalización, tratamiento y almacenamiento, sistemas sostenibles de drenaje, proyecto piloto de un Ecoparque del agua, campañas de prevención de la contaminación del agua y concienciación para el uso responsable del agua, sistemas de drenaje, pavimentos permeables, sistemas inteligentes de medición, control y tarifación de consumo, etc.

- **Residuos:** para alcanzar la sostenibilidad de los residuos en Platja de Palma es imprescindible que todo residuo se convierta en recurso, fomentando una nueva visión y concienciación en la sociedad actual de “usar y tirar” a una sociedad que recicle. Para conseguir el objetivo se establecen distintos programas para grandes generadores de residuos como son la construcción y obras, hoteles, comercios, restaurantes y residentes. Algunas actuaciones son dotar la zona de contenedores soterrados, puntos limpios móviles, construcción y proyección de espacios de almacenaje de residuos e implantación de un sistema de recogida selectiva de los residuos de la vía pública.
- **Ruido:** mejorar la calidad acústica de la zona es otro de los objetivos para conseguir la sostenibilidad del destino turístico para 2020. Se prevén actuaciones y planes para combatir el ruido del tráfico de coches y aviones a través de programas de aislamiento.
- **Movilidad:** una estrategia sostenible de movilidad global para Platja de Palma es fundamental para recuperar el espacio público para peatones y ciclistas, la calidad ambiental (disminución de emisiones de gases contaminantes), disminución de la contaminación acústica, la seguridad, reducir el tráfico interno y eliminar el tráfico de paso, potenciar el transporte público, mejorar la movilidad de personas con movilidad reducida. Las medidas y acciones para conseguir el objetivo marcado son: los puntos de transferencia de movilidad, puntos de recarga para los transportes eléctricos, Centros de Consolidación de Mercancías. El peatón y el ciclista son una prioridad.
- **Adaptación al cambio climático.** El objetivo principal es el estudio y análisis científicos para determinar y dar a conocer y entender las respuestas anticipadas de los sistemas marinos, costeros e insulares a las presiones antrópicas y las debidas al cambio climático global. Se proponen las siguientes orientaciones estratégicas: mejora de la calidad ecológica de las aguas; compatibilización de los usos de la Platja de Palma con la conservación de la biodiversidad y recuperación de la función de los ecosistemas costeros; incremento de la capacidad de adaptación del sistema Platja de Palma ante el cambio global; uso de los recursos hídricos adaptado a la variación futura en el recurso y, mejora en el diseño y la gestión de los ecosistemas urbanos y su biota.

- **Espacio digital.** Hoy en día dotar el territorio, y sobre todo los entornos urbanos, de un espacio digital bien comunicado es imprescindible, las TIC y el EDA son noticia cada día. La Platja de Palma no puede quedarse atrás si quiere convertirse en un destino turístico de primer orden y referente internacional. Esta estrategia tecnológica define de manera preliminar la Visión de Espacio Digital Avanzado que se pretende incorporar al Plan de la Platja de Palma. Para conseguir dicho espacio son necesarias unas infraestructuras y servicios de telecomunicaciones que actúen como habilitadores del cambio para el resto de ejes estratégicos, y que tendrá como expresión tangible el desarrollo de una red de telecomunicaciones de banda ancha, con soporte a la movilidad, totalmente basada en estándares, segura, sostenible, fiable y eficiente.
- **Pacto Institucional.** Esta una estrategia pone de manifiesto que el Proyecto del Plan de Platja de Palma es la suma de esfuerzos colectivos por parte de todos los agentes implicados desde el campo político, social y cultural, por la complejidad y la perspectiva a largo plazo que tienen sus metas y objetivos. Por ello se toman toda una serie de medidas para una buena estrategia de gobernanza. Se propone la elaboración de un plan de evaluación que incluya: objetivos, procedimientos, métodos para recopilar la información para mejorar la toma de decisiones sobre los avances del proyecto, y el final del proyecto (resultados e impactos).

3. ANÁLISIS, REFLEXIONES Y CONCLUSIONES DE PROPUESTAS A IMPLEMENTAR

En febrero de 2010, el Consorcio de la Platja de Palma entregó un documento preliminar a los hoteleros de la zona para que fuesen estudiándolo y analizándolo y en el plazo de un mes manifestaran sus opiniones o reparos.

La documentación entregada consta de una parte descriptiva que contiene una “Evolución histórica”, una “Memoria de Información” y una “Memoria de Ordenación”. Las dos primeras tratan la parte de estudio del Plan Integral de Reforma (PIR) y el tercero es un resumen de las propuestas a implementar en el proceso final de la reconversión. Su carácter de documento preliminar hace que las propuestas no queden del todo definidas, completamente explicadas o tengan una exposición únicamente teórica sin terminar de determinar su futura realidad práctica. Ello hace que a la hora de emitir un análisis tengamos que partir de algunos supuestos interpretativos. Esta documentación escrita va acompañada de información gráfica mediante 52 planos, de los cuales sólo 5 pertenecen a la Memoria de Ordenación y los restantes a los documentos de estudio.

Dado que la gran mayoría de propuestas son genéricas y no se concreta de manera particular y detallada el resultado final, la interpretación que realizamos es tam-

bién de carácter general. Este es el caso de los hoteles, no definiéndose como afecta la repercusión concreta y detallada a cada uno de ellos.

El resumen que presentamos trata los puntos que, de manera más directa, tienen repercusión a los hoteles y al ámbito de influencia general que pueda afectar la calidad del turismo de la Platja de Palma.

3.1. La población

La población de un destino turístico se compone de la suma total de las plazas correspondientes a alojamientos turísticos y viviendas residenciales con uso permanente y de veraneo. El Plan de Ordenación de la Oferta Turística (POOT) y el Plan Territorial de Mallorca (PTM) establecen la densidad y la limitación absoluta máxima de la población de cada zona turística y también determinan los parámetros urbanísticos de los edificios residenciales en el destino turístico. Cabe recordar que los espacios turísticos en Mallorca están regulados legislativa y administrativamente por zonas, con delimitación superficial urbana y no urbana bien definida y no ampliable, con una franja de protección mínima de 500 metros, donde no se permiten usos ajenos al turismo. Por tanto la población potencial, limitada y equilibrada, entre las plazas de alojamiento y residenciales, determina el límite de la capacidad de acogida o carga del espacio turístico.

Vulgarmente, y también en los instrumentos legislativos, el total poblacional se clasifica en plazas turísticas y no turísticas. La Ley General Turística (LGT) sólo contempla las plazas de alojamiento de empresas turísticas y el POOT clasifica las plazas en turísticas (de alojamiento) y no turísticas (residencial permanente y vacacional) pero la suma de todas ellas las considera como población total en cada zona turística y limita la densidad y techo poblacional conjunto de ambas tipologías. En realidad tendríamos que considerarlas todas turísticas ya que tanto unas como otras ocupan y hacen uso de todos los productos dentro del espacio turístico e igualmente lo pueden saturar o degradar, congestionar, ocupar más densidad de playa o acumular más carga, independientemente de su tipología, teniendo en cuenta la singularidad y especificidad diferenciadas respecto a un espacio urbano no turístico. Por otra parte, sabemos que toda plaza residencial, actualmente, es susceptible de un uso real turístico ya que muchas residenciales permanentes también se alquilan por días, semanas y meses de manera no reglada turísticamente.

La población de derecho de un espacio turístico no es indicador suficiente para hacer el estudio poblacional de la realidad, dado el carácter turístico de la zona y por la posibilidad real de un uso turístico de las viviendas de población residencial, y en este caso la importancia de la temporalidad turística, rotativa, de toda la población de hecho. Hemos de tener en cuenta también, sobre todo, la gran parte de segundas residencias de propietarios que no están empadronados y que sabemos las ocupan, permanente o temporalmente, y que debemos considerar como plazas disponibles, conjuntamente con las de alojamiento.

Según el estudio técnico y análisis poblacional del POOT (datos de 1993) la población de la Platja de Palma (la parte del municipio de Palma) se repartía en 32.782 plazas hoteleras, 5.363 de residencial permanente y 16.256 de segunda residencia, que en conjunto suman un total de 54.401 habitantes (plazas), con una densidad conjunta de 172 hab/Ha, con los respectivos porcentajes del 60, 10 y 30%. Tanto la población real existente como la densidad ya superaban entonces las previsiones teóricas del planeamiento vigente que era de 49.968 habitantes con una densidad de 102 (la densidad máxima indicadora del nivel mínimo de calidad es actualmente igual o inferior a 60). La población potencial, según la última revisión a partir de la población consumada, es de 54.401 habitantes, que añadiéndole las plazas de futuras unidades de ejecución previstas más los SUPs (suelo urbanizable programado) y solares vacíos, el potencial posible era de 64.108 plazas.

Un estudio del INESE (Institut d'Estudis Ecològics) con las ponderaciones de los cambios de los últimos años (actualizado a 2005) nos aproxima a la población estimada actual que en conjunto se establece (zona del municipio de Palma) en 32.944 plazas turísticas legales (54%) (diversos estudios calculan entre un 10 y 20% de plazas no reguladas en los hoteles) y 27.891 plazas residenciales (46%). Se tendría que tener en cuenta también la población o las plazas potenciales que hay actualmente procedentes de las UE (unidades de ejecución) y los SUP previstos que pueden representar un incremento de 3.432 plazas de residencial y 865 plazas hoteleras. En realidad no sabemos cómo considerará esto el Consorcio ya que tiene el objetivo de reducir el 50% de las plazas hoteleras y respecto a las residenciales se indica a lo largo de la Memoria de Ordenación que no podrá haber crecimiento de población residencial.

En la Memoria de Ordenación presentada por el Consorcio, el estudio sobre la población residencial se basa en la población censada, por ello hay una destacada diferencia con los resultados del INESE basados en la capacidad de hecho. Según el Consorcio la población de la Platja de Palma (municipio de Palma) es de 17.954 habitantes y la diferencia respecto al estudio del INESE es muy considerable (27.891 habitantes). Referente a las plazas hoteleras, la diferencia no es tan desproporcionada, contabilizándose en la memoria del Consorcio 33.125 plazas hoteleras (32.944 según datos del INESE). Es posible que el Consorcio no haya tenido en cuenta las bajas producidas durante los últimos 10 años, normalmente por cambio de uso y que seguramente aún figuran en los listados oficiales. En la realización del inventario del INESE se detectó esta particularidad y no quedó más remedio que comprobar in situ la localización de todos los hoteles realmente existentes. Así, en cuanto a la proporción de ambas poblaciones (plazas), según el Consorcio el 65% corresponde a las plazas hoteleras y el 35% a la población residencial. Como se puede comprobar hay una diferencia muy significativa entre los dos estudios (54% hotelero y 46% residencial para el INESE). Sería necesario verificar datos y criterios ya que el resultado de equilibrio armónico y cualitativo podría diferir en las propuestas definitivas del Plan, y aún más con la decisión tan drástica de reducir en un 50% las plazas hoteleras y proclamar que no habrá incremento de población residencial cuando de hecho parece que sí puede existir.

Otro concepto utilizado por el Consorcio, para medir el nivel de calidad de la planta hotelera, es la categoría media de todos los hoteles. Opinamos que éste no es el indicador más correcto de calidad global, sobre todo como dato de percepción que puede hacer confundir la opinión generalizada de la calidad global. No existen hoteles de 2,56* o de 1,88* como indica el Consorcio para algunas zonas. Es un indicador que siempre manifiesta una percepción aparente mucho más negativa que la realidad y por tanto no nos sirve como indicador esclarecedor de un auténtico análisis. Por ejemplo, en el supuesto que hubiera, de un total de 100 hoteles, 99 de 3* y 1 de 1*, la media sería de 2,98*, información perceptiva que aparentemente indica que la calidad global de la zona no llega a 3*, cuando en realidad el 99% de los hoteles lo son y sólo un 1% son de 1*. La información es muy diferente y más auténtica en el segundo caso.

A manera de conclusión, se tendría que evitar incrementar más la población actual dado que se sabe está sobrepasada. En este sentido cabe recordar que el primer estudio del POOT, referente a esta área turística ya indicaba que “de la situación detectada, se pone de manifiesto que en esta zona la población prevista en el PGOU de Palma ha sido superada por la población real actual (1993), por lo cual se determina la obligatoria revisión de la parte del planeamiento que afecta esta zona”.

Por otra parte, un excesivo aumento poblacional iría en contra del contenido del criterio general número 20 y los artículos 4c) y 4f) del POOT que hacen referencia a la fijación de criterios para determinar la capacidad de acogida y criterios de saturación que deberán ser considerados como limitantes.

3.2. La remodelación y modernización de la planta hotelera

El Plan de Revitalización Integral marca tres objetivos: a) rehabilitación integral de la edificación turística (en concreto la hotelera); b) favorecimiento del aumento de categoría hasta las 4 estrellas; c) disminución de la capacidad de plazas hoteleras en un 50%.

La exposición de este punto, en la Memoria de Ordenación del Consorcio, está muy sintetizada y haría falta una explicación más detallada y concreta. No queda demasiado claro cómo se llevará a cabo la pretendida rehabilitación integral de todos los hoteles y sobre todo la disminución de las plazas hoteleras en un 50%. Ni tampoco cómo afecta concretamente a cada hotel.

No obstante se puede interpretar que, de manera obligatoria, todos los hoteles tendrán que proceder a una rehabilitación integral con dos objetivos generales a cumplir: una reforma completa dirigida e inspeccionada para obtener una categoría hasta 4* (incluyendo los que ahora tienen ya esta categoría) y adaptados a una reducción de contaminación (reducción a cero emisiones de CO₂ y eliminación completa de ruidos); por otro lado una drástica reducción del 50% de sus plazas, sin exponer la manera exacta de hacerlo.

Parece que se parte del supuesto que una buena parte de los hoteles no podrán hacer frente a la rigidez de la rehabilitación obligada, ya sea por las propias condiciones físicas y morfológicas, por la reducción de las plazas, o por los elevados costes que no harán posible su rentabilidad y amortización a la hora de convertirlos en 4*, sobre todo los hoteles más pequeños y de más baja categoría. Esto ya especula una potencial cantidad de baja de plazas hoteleras, que según se apunta pasarán a ser amortizadas o irán a un banco de plazas turísticas para reconversión (o posiblemente a alguna operación de intercambio).

A pesar de que se dice que no se permitirá el cambio de uso directo de las plazas hoteleras dadas de baja, se permite un cambio de uso indirecto ya que, una vez amortizadas las plazas hoteleras eliminadas o que pasen al banco de plazas turísticas (seguramente según se estipula en la LGT), el edificio hotelero se podrá demoler y en el solar construir un nuevo edificio residencial, en función de la edificabilidad de la normativa urbanística, cosa que puede significar un aumento de la población residencial (es paradójico eliminar plazas hoteleras para incrementar las plazas residenciales). Se debe tener en cuenta además que son muchas las parcelas donde ahora hay hoteles y que el PGOU actual de Palma permite se puedan construir en ellas únicamente viviendas residenciales. Esto entra en contradicción con lo que repite, de forma continuada, la Memoria de Ordenación respecto a que no se permitirá un incremento de población residencial.

La reforma integral de los hoteles que se indica no sólo consiste en una mejora estética, morfológica o de modernización, sino que implica una transformación física y funcional completa, cosa que significa un coste mucho más elevado que si de obra nueva se tratase, lo que motivará, como se pretende, que haya hoteles que se den de baja, lo que les será de más rentabilidad si se pueden vender las plazas que pasen al banco (de plazas turísticas) para reconversiones de intercambio y además poder hacer uso de actividades inmobiliarias. Un aspecto que también se ha de tener en cuenta, en base a la Memoria de Planificación, referente a la emisión de CO₂ y a los ruidos, es la gran repercusión directa en la rehabilitación de todos los hoteles que significará la eliminación y sustitución de las instalaciones de calefacción, agua caliente, modificación del sistema de aguas residuales y sanitaria, los sistemas de refrigeración, cambio completo de los carburantes energéticos (objetivo CO₂ cero). Los costes de todo ello pueden ser muy elevados.

Las plazas dadas de baja y que pasen al banco de plazas turísticas podrán ser utilizadas en un 50% en la reconversión de otros hoteles de la Platja de Palma, es decir que de cada dos plazas dadas de baja una podrá ser reaprovechada. Lo que no se especifica es si estas plazas podrán aprovecharlas otros hoteles que hagan la rehabilitación obligada y así poder tener más del 50% de las plazas anteriores, pero es de suponer que sólo se refiere a posibles operaciones de intercambio en base a lo que estipula el artículo 20 del POOT con un coeficiente $K < 0,50$ (en el POOT oscila entre 1 y 2).

No queda nada claro cómo podrá ser todo esto en la realidad, sólo se concretan dos objetivos de forma definida, la rehabilitación completa con reconversión de los hoteles a 4* y la disminución del 50% de plazas hoteleras, en base a una aplicación teórica especulativa indefinida. Falta un estudio y análisis prospectivo que garantice la posibilidad de una mejor rentabilidad y amortización factible con una oferta con la mitad de plazas, es decir, la necesidad de un análisis coste-beneficio en base a un completo estudio y análisis de la demanda global de mercado turístico que averigüe la viabilidad de las nuevas y diversas tipologías cualitativas de mercado interesadas en la nueva oferta y en la sustitución de la demanda cuantitativa actual, demasiado especializada en una tipología casi única. No hacer eso es proyectar a ciegas, sin una correcta planificación integral.

Independientemente del análisis del contenido de la Memoria de Ordenación, los expertos en evaluación de la calidad de los espacios turísticos llegan a la conclusión de que la sostenibilidad de la calidad de un espacio turístico está en la mayor relación de las plazas hoteleras respecto a las residenciales, habiendo suficientes estudios recientes que lo corroboran y destacan los de la costa de Alicante y parte de Andalucía, por ejemplo, en el litoral de Alicante se llora el exceso de residencial como especialización casi única y se considera a Benidorm (seguramente la zona más madura) como la oferta mejor equilibrada porque por lo menos hay un 38% de plazas hoteleras respecto a las residenciales. En la Platja de Palma, el Plan de Revalorización Integral parece que va en contra de los nuevos modelos de sostenibilidad de la calidad turística al querer reducir drásticamente esta proporción, donde en la zona central es predominante la cantidad de plazas hoteleras.

3.3. La propuesta de movilidad interna

“El Plan de Revalorización Integral de la Platja de Palma pretende cambiar el modelo actual hacia un modelo sostenible basado en la mejora de la calidad urbana” (Memoria de Ordenación, p. 102).

El modelo se basa en que cada uno de los objetivos funcionen en conjunto de manera integrada. Los objetivos componentes son una movilidad interna con una máxima reducción de CO₂; una movilidad externa de un sistema de transporte público competitivo; aparcamientos con regulación y restricción; y una logística de regulación y centralización.

El modelo expuesto es completamente teórico y no muestra referencias de resultados prácticos, es decir, falta un análisis y evaluación de los efectos positivos prácticos (no sólo teóricos) y posibles efectos negativos, inconvenientes o dificultades (si se podrán resolver, soluciones, alternativas y convencimiento de viabilidad) a todas las funciones del metabolismo de todas las actividades y de todo el espacio turístico. El sistema, además de ser complejo respecto a la realidad del funcionamiento actual, significa un cambio demasiado radical, sin prácticamente un proceso de adaptación,

cambio cultural de los usuarios y cambio completo de la tipología del perfil de turista, que pasaría a ser demasiado selectivo, cosa que limitaría gran parte de la diversificación de demanda del amplio abanico del mercado, que son también los agentes principales para consumir una diversificación de oferta (que es uno de los grandes objetivos del Plan de Revalorización Integral).

Sería interesante y necesario explicar resultados de algunos casos parecidos llevados a la práctica para poder esclarecer una viabilidad convincente (en principio parece más ficción que realidad). Así como se expone en la Memoria de Ordenación sólo se muestra su aspecto conceptual, pero la interpretación de la lectura no deja claros muchos detalles que generan un cúmulo de dudas y una falta de comprensión; es decir, hace falta una cuidada, detallada y completa explicación de todos los casos y situaciones puntuales.

A partir de una jerarquía viaria con un eje de transporte público, que en teoría parece en gran parte acertada, se aplican una serie de funciones, también jerarquizadas, controladas, regularizadas y selectivas que crean un tejido de movilidad muy complicado y lleno de incomodidades y dificultades sectoriales.

No queda muy clara la práctica de la implantación de la movilidad eléctrica y la flota de vehículos eléctricos de alquiler, con la utilización por parte de residentes y turistas. Sólo se permitirá el acceso de movilidad interna, con vehículo sin emisiones, a residentes (¿sólo residentes permanentes de derecho? o ¿también veraneantes residenciales? que también vienen a ser turistas) y a clientes de hoteles. ¿Tendrán que tener los residentes un vehículo eléctrico propio para circular internamente y otro para hacerlo externamente?, ¿tendrán que dejar el convencional aparcado fuera para cambiar de vehículo?, ello puede significar duplicidad de aparcamiento, uno en el límite de la zona y otro en el interior. El resto de vehículos que no reúnan las condiciones indicadas no podrán acceder a la zona y se tendrán que dirigir a los Puntos de Transferencia de Movilidad (PTM), que se definen como “bolsas de aparcamientos ubicados en las proximidades de los viales de entrada a la autopista con el objetivo de realizar un intercambio de una movilidad procedente de un vehículo de combustión interna a una movilidad sostenible: a pie, bicicleta, taxis y autobuses eléctricos” (Memoria de Ordenación, p. 109).

Dice la Memoria que también se construirán nuevos aparcamientos, tanto en superficie como subterráneos o en edificios exclusivos. La regulación de los aparcamientos será para priorizar el uso para los residentes. El uso por parte de los no residentes será sancionado. Se establece un criterio de prioridad de las plazas de aparcamiento en función de los usuarios:

- a) Los residentes tendrán prioridad para utilizar las plazas viarias y si no hay suficientes se tendrá que facilitar la diferencia en los aparcamientos para residentes.

- b) Las segundas residencias podrán utilizar las plazas viarias después de los residentes y la diferencia entre las plazas existentes y las necesarias se tendrán que satisfacer de la oferta de los aparcamientos para residentes.
- c) El personal empleado podría aparcar si quedasen plazas después de las prioridades residenciales y en caso contrario ocuparán los PTM.
- d) Los usos hoteleros (se supone que se refiere a los turistas en hoteles) ocuparán las plazas en parcelas de uso privado destinadas a aparcamiento en los hoteles y el resto de vehículos deberán utilizar los PTM.
- e) Los visitantes sólo podrán aparcar en los PTM (excepto autorizaciones puntuales, temporada baja, etc.).

Queda prohibido el aparcamiento de los vehículos de alquiler en los aparcamientos viarios, su ubicación sólo será posible en los PTM.

Se tendría que prever que toda la gestión y regulación de todo el sistema de movilidad comportará un coste continuado propio y de mantenimiento y que puede significar un gran sobre coste que no sabemos cómo y quién lo absorberá. Puede ocurrir que el encarecimiento turístico sea tan excesivo que haga disminuir cuantitativamente la llegada de turistas respecto a otros destinos más competitivos.

Por otra parte, el trazado del tranvía no es el más adecuado para el espacio turístico de la Platja de Palma, su función debe ser un buen medio de transporte público, desde el exterior hacia la zona turística, pero no debería significar un ahogo a la primera línea. La Memoria de Ordenación argumenta que si pasa por primera línea es porque las dimensiones actuales de la segunda línea no reúnen las condiciones geométricas necesarias y los radios de curvatura necesarios para girar son insuficientes. Esto no puede ser nunca un obstáculo en comparación con otras muchas actuaciones mucho más sofisticadas y más difíciles que hay previstas.

La regulación y control de la carga y descarga así como la distribución de mercancías es uno de los puntos que también presenta muchas dificultades a la hora de poder llevarse a la práctica. La creación de un Centro de Consolidación de Mercancías (CCM) será un sistema incómodo tanto para los distribuidores como para los receptores y supondrá un sustancioso encarecimiento. El CCM consistirá en que los vehículos de reparto se tendrán que dirigir él (situado en la salida 8 de la autovía, al principio de la Platja de Palma) donde se dejará la carga que se clasificará y repartirá convenientemente para minimizar el número de envíos. El reparto dentro la Platja de Palma se realizará con vehículos eléctricos.

3.4. Otras consideraciones varias

La Memoria de Ordenación insiste constantemente en “recuperar las realidades paisajísticas auténticas vinculadas al Mediterráneo”. Consideramos que es una muy

buena medida positiva a tener en cuenta respecto a una calidad turística definida, que puede significar una auténtica diferenciación turística, precisamente cuando la característica más importante del nuevo modelo turístico es no caer en la estandarización de la oferta. Si tenemos que competir debe ser en diferenciación, autenticidad y calidad, siempre dentro unas posibilidades viables, no podemos competir nunca con modelos copiados y repetitivos de otros destinos con mejores recursos de rentabilidad y competitividad.

En la Platja de Palma hay actualmente muchas edificaciones y ambientes que falsean el pretendido entorno mediterráneo. Son edificios y ambientes completamente ajenos, algunos de muy mal gusto (ruinas artificiales de una catedral gótica, edificios más propios de Alsacia o entornos germánicos, auténticos abrevaderos de cerveza, etc.) que son propios del perfil de turista demasiado especializado y no diversificado, masificado e intensivo que exige un ambiente propio de su país de origen, lo que limita o rechaza otras tipologías de turista que quisiéramos tener pero que no vienen.

Si de verdad se quiere un carácter diferenciado mediterráneo tendrán que desaparecer las características ajenas y de esto no concreta nada la memoria del Plan de Revalorización Integral, todo lo contrario, hay aspectos confusos y contradictorios: "una suma de diferentes identidades que abarca diversos centros con múltiples experiencias" (Memoria de Ordenación, p. 63). En la zona central de la Platja de Palma se prevé la zona de ambiente nocturno (actualmente en ella existen *beergardens*, los balnearios 6 y 7 y los lugares de más duro ambiente de alcohol, sexo y prostitución), reubicando en la zona interior más actividades que pueden ser del mismo tipo. Se prevé un centro de entretenimiento con concentración única de grandes shows de entretenimiento, dirigido además como oferta para toda Mallorca. Todo esto no queda nada claro y puede ser turísticamente muy peligroso. Sabemos que una de las lacras de la Platja de Palma, que ha llevado su turismo a destruirse cualitativamente, han sido este tipo de actividades (con excursiones nocturnas que vienen de otras zonas turísticas de la isla). Si todo esto se amplía hacia el interior de la zona puede significar el ahogo de las zonas que de más tranquilidad necesitan (zona de hoteles y de residencial unifamiliar).

Un tema importante que no trata la memoria es cómo solucionar la inseguridad ciudadana y delincuencia que actualmente hay y que si no se soluciona antes no hay garantía de éxito del Plan de Revalorización Integral.

Otra gran carencia es la regulación, rehabilitación, adecuación, etc. de la llamada oferta complementaria. No hay ningún estudio y análisis de su distribución, localización, dispersión o concentración, si está saturada, si hay o no equilibrio y armonía entre diferentes actividades y productos, la evaluación de su calidad y estética morfológica, y si debe haber una reforma formal y funcional similar a la que se ha de hacer para los hoteles.

Las actuaciones que se quieren hacer dentro el cauce del torrente dels Jueus (descritas anteriormente) son delicadas y preocupantes. En los lechos de los torrentes no debería haber nunca actuaciones urbanas, demasiadas experiencias de carácter catastrófico ha habido ya a lo largo de la historia. El torrente dels Jueus, por el efecto retorno, lo hemos visto periódicamente desbordado, con el caudal de agua por encima de los puentes existentes en la zona urbana de la Platja de Palma.

BIBLIOGRAFÍA

- CONSORCIO Platja de Palma (2009): "Plan de reconversión integral Platja de Palma". Documento preliminar (www.consorciplatjadepalma.com).
- DECRETO 54/1995, de 6 de abril, del Plan de Ordenación de la Oferta turística de Mallorca (POOT).
- PICORNELL, M. (2006): "Los destinos maduros. Divergencia conceptual en la calidad y competitividad entre el turismo y las actividades económicas del turismo. La Platja de Palma como ejemplo", en TROITIÑO *et al.* (coord.) (2008): *Destinos turísticos: viejos problemas, ¿nuevas soluciones?*, Cuenca, Universidad de Castilla-La Mancha, pp. 627-652.
- PICORNELL, M.; ARROM, J. M.; y RAMIS, C. I. (2006): "¿Un nuevo modelo turístico con soluciones fordistas? Algunas contradicciones en la reconversión de destinos maduros en las Illes Balears", en TROITIÑO *et al.* (coord.) (2008): *Destinos turísticos: viejos problemas, ¿nuevas soluciones?*, Cuenca, U. Castilla-La Mancha, pp. 707-720.
- PICORNELL, M.; ARROM, J. M. y RAMIS, C. I. (2006): "Modelo de planificación integral de reconversión de un espacio turístico maduro: el caso de la Platja de Palma" en TROITIÑO *et al.* (coord.) (2008): *Destinos turísticos: viejos problemas, ¿nuevas soluciones?*, Cuenca, Universidad de Castilla-La Mancha, pp. 721-738.
- PICORNELL, M.; ARROM, J. M.; RAMIS, C. I. (2006): "Análisis y evaluación del proceso de planificación de reconversión integral de la Platja de Palma (Plan Renove)" en IVARS, J. A. y VERA, J. F. (eds.) (2008): *Espacios Turísticos. Mercantilización, paisaje e identidad*, Alicante, Universidad de Alicante, pp. 441-459.
- PICORNELL, M.; ARROM, J. M.; RAMIS, C. I. (2009): *La Platja de Palma. Pautes per a una reconversió integral i sostenible*, Palma, INESE.
- VV. AA. (2005): *Model de planificació integral de reconversió d'un espai turístic. El cas de la Platja de Palma*. Elaborado por el INESE por encargo de INESTUR (Conselleria de Turisme, Govern de les Illes Balears). Trabajo inédito.